

Вера Колерова

Стройка встала на свой фундамент

Российская стройиндустрия почти на сто процентов обеспечена отечественными материалами, но в некоторых нишах — в основном в отделочных материалах — еще есть место для желающих инвестировать

В

строительной индустрии процесс импортозамещения в целом завершился — таково общее мнение многих девелоперов и экспертов.

Начались эти сдвиги в 2014 году, когда из-за девальвации рубля строительные компании стали искать возможности сократить издержки на закупки стройматериалов и логистику и перейти на российский продукт. Кроме того, на государственном уровне был взят курс на импортозамещение, а производители стройматериалов благодаря низкому курсу национальной валюты начали наращивать экспортные поставки. Сегодня девелоперы говорят, что после 2014 года у многих исчезли «притязания» на использование импортных отделочных материалов.

Что касается базовых стройматериалов (цемент, бетон, кирпич, серийные ЖБИ, стеновые бетонные блоки и др.), то здесь никогда и не было существенного присутствия импортной продукции.

В инвестиционно-консалтинговой компании «СМ Про» приводят такие данные: доля импорта строительных материалов в РФ в потреблении — от нуля до 10% в зависимости от позиции. К примеру, в 2018 году ввоз цемента в Россию сократился на 24%, до 1,5 млн тонн. Основные поставщики цемента в РФ (85% всего импорта) — Белоруссия и Казахстан. Доля импортного цемента в общем объеме потребления составила 2,9%. По железобетонным изделиям и конструкциям доля импорта составила 0,6%, по теплоизоляционным изделиям — 1,8%, по стеклу — 10% (при доле экспорта около 30%). Аналитики «СМ Про» считают, что по всем базовым материалам в стране достаточно мощностей

для удовлетворения потребности строительной индустрии до 2025–2030 годов и для выполнения планов, обозначенных в «Стратегии развития отрасли строительных материалов». Согласно стратегии, доля ввоза в страну базовых стройматериалов должна снизиться до 2,5% в 2020 году (в 2018-м она составляла 2,7%).

Например, на рынке изоляционных строительных материалов импортозамещение, по мнению **Сергея Колесникова**, совладельца компании «Технониколь» (производит разные виды изоляции и кровли), произошло уже десять лет назад. В сегменте монтажной пены российские производители буквально за последние два-три года сумели добиться паритета с импортными продуктами. «Пока значительная доля импорта сохраняется в строительной химии, но ситуация начинает выравниваться», — говорит эксперт.

Девелоперы — за российское

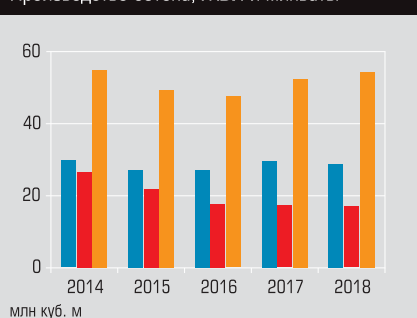
В промышленном строительстве и в мостостроении импортных материалов используется очень мало. В компании «Мостотрест», к примеру, отмечают, что с импортными материалами вообще не работают. Большинство девелоперских компаний тоже утверждают, что в их проектах доля зарубежных компонентов совсем невелика. Так, у группы ПИК для проектов жилья стандарт-класса в деньгах она измеряется десятками долями процента; по словам **Татьяны Рыбкиной**, директора по закупкам и тендерам ГК «Самолет», в денежном выражении доля импорта не более 3–5% (компания строит жилье прагматик-класса и объекты социальной инфраструктуры). Директор по стратегическому развитию ГК ФСК **Павел Брызгалов** добавляет, что

работа с российским производителем позволяет иметь гарантию поставки материалов или оборудования на стройку в срок, а также фиксировать цену поставки — с валютными контрактами из-за нестабильности курсов валют это всегда проблематично.

В эти несколько процентов импорта входит то, чего в России найти не удастся, рассказывают в ГК «Самолет», например смесители для раковин и ванн, запорная арматура. Компания использует китайскую запорно-регулирующую арматуру: «Пока мы не видим, каким российским продуктом это можно заменить за те же деньги».

Со строительством жилья бизнес-класса ситуация уже другая, но многое зависит от девелопера. По словам **Ильи Тищенко**, главного инженера ООО «ПИК-Проект», в таких проектах у компании доля импорта в материалах достигает 50% в натуральном выражении (до 20% стоимости всех материалов). «В данном случае мы используем зарубежное инженерное оборудование, импортные материалы отделки фасадов и внутреннего убранства, так как именно материалы определяют принадлежность жилья к определенному классу, — говорит г-н Тищенко. — Мы покупаем электрику и сантехнику импортных брендов, но только потому, что потребители этого ожидают, хотя и российские бренды в этом сегменте вполне конкурентоспособны». Например, уточняет Илья Тищенко, раньше считалось, что в строительстве можно использовать только импортные трубы. «Мы протестировали и применяем в проектах ПИКа отечественные аналоги, сравнимые по качеству с образцами зарубежных производителей», — говорит он.

Производство бетона, ЖБИ и минваты График 1



■ Бетон ■ ЖБИ ■ Минвата

Источник: «СМ ПРО»

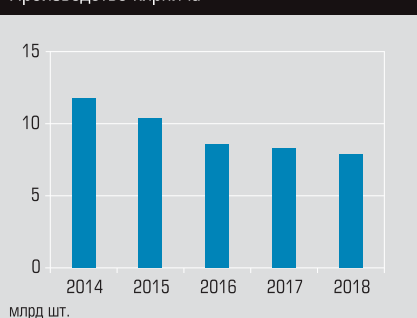
Весьма активно девелоперы работают с продукцией, произведенной на территории РФ международными компаниями, открывшими у нас свои заводы. В проектах ГК «Самолет» она составляет примерно 10–15% в денежном выражении, на нее приходится 60% систем жизнеобеспечения зданий (в том числе насосная группа, котельное оборудование). ГК ФСК закупает у локализованных в России международных компаний в основном ответственное инженерное оборудование (насосы, лифты и т. п.), отделочные материалы и столярные изделия (плитка, сухие строительные смеси, утеплитель, оконный профиль и т. д.).

Локализация международных брендов в России вошла в активную фазу еще в начале 2010-х годов. По сухим строительным смесям и гипсокартону с тех пор удалось почти полностью вытеснить привозную продукцию. Так, производство стройматериалов «Кнауф» локализовано в России почти на 90%, рассказали в компании.

Сами себе производители

Чтобы оптимизировать затраты, некоторые девелоперы (пока немногочисленная группа) стали сами производить часть стройматериалов, а кто-то делал это всегда и даже стал заметным участником рынка. Например, группа ЛСР, которая работает и на свои нужды, и на внешний рынок, российским покупателям поставляет нерудные материалы, а на экспорт — кирпичную и клинкерную продукцию (компания выпускает 4,5 млн штук условного кирпича в год). Группа ПИК делает часть стройматериалов под свои потребности, но только если видит в этом экономическую целесообразность. Например, изоляционные материалы, в частности минеральную вату, компания посчитала более выгодным закупать у российских производителей. В конце 2017 года ПИК запустила производство сантехнических кабин.

Производство кирпича График 2



Источник: «СМ ПРО»

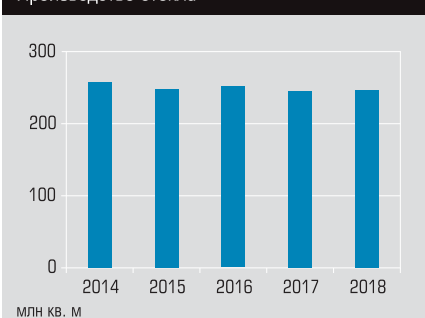
«Отдельная ситуация, когда сложившегося рынка в России нет, а нам необходимы определенные материалы, в основном связанные с отделкой — внутренней или фасадной, — рассказывает Илья Тищенко. — В этом случае мы запускаем пилотный проект с использованием импортных материалов, а потом предлагаем российским производителям сделать аналогичный продукт для ПИК, скорректировав технологию».

Однако, отмечает г-н Тищенко, есть уникальные вещи, производство которых в России никто не собирается развивать: «Мы не можем выступать в этом случае отраслеобразующим драйвером, поскольку объем закупок таких эксклюзивных материалов (соединений проводов, автоматики) невелик. Не зависит от курса валют и колебаний стоимости продукции — прекрасно, но если мы не можем обеспечить рынок высококачественными материалами и не можем создать достаточный спрос на них внутри страны, мы останемся в импортных комплектующих».

В отделке нужно подтянуться

Еще когда в 2014 году произошел разворот к импортозамещению, было понятно, что полностью заменить импорт невозможно даже в перспективе нескольких лет — например, по некоторым видам отделочных материалов, которые в стране хотя и производят, но их качество не соответствует стандартам объектов выше экономкласса. По данным **Михаила Баженова**, партнера PwC, несмотря на существенное сокращение импорта за последние пять лет в таких категориях, как обои, ламинат, керамическая плитка, присутствие зарубежного продукта может достигать 40–50%. В ценовом диапазоне выше среднего и премиум стабильно высока доля продукции из Европы, а российская наиболее конкурентоспособна в низком и среднем ценовых диапазонах. Однако в нижнем сегменте

Производство стекла График 3



Источник: «СМ ПРО»

сильна конкуренция со стороны стран СНГ и Китая.

В целом, по мнению Сергея Колесникова из «Технониколь», в отделке, особенно дорогой, российские производители представлены пока слабо, и это неплохая ниша для инвестиций.

Но ситуация постепенно меняется: за последние пять лет в стране более чем в полтора раза увеличились мощности по производству ламината, включая локализацию иностранных компаний.

Производство керамической плитки с 2014 года тоже проделало большой путь: появилось больше десятка производителей, которые не только обеспечивают российский рынок, но и экспортируют продукцию. Сегодня загрузка мощностей по выпуску керамики превышает 80%. По данным Михаила Баженова, за последние пять лет более чем в полтора раза увеличились объемы экспорта плитки, и сегодня около 15% выпуска уходит за рубеж.

Что касается стекла, то в последние годы в России появились десятки заводов, выпускающих стекло по флоат-технологии, энергоэффективные, низкоэмиссионные виды стекла. По данным Минпромторга, в 2017 году Россия экспортировала стекла в шесть раз больше, чем импортировала.

Развивается и деревообработка — в этом сегменте особенно быстро растет экспорт.

Завод финской деревообрабатывающей компании UPM в Чудово Новгородской области в ближайший год существенно увеличит производство — до 155 тыс. кв. м фанеры, большая часть продукции экспортируется. Как рассказывает **Александр Тоцкий**, директор UPM по продажам фанеры в России и странах Балтии, в ближайшие два-три месяца в Чудово будет запущено производство инновационной фанеры, не подверженной эффекту коробления, то есть поверхность бетона уже после первой

заливки не будет нуждаться в дальнейшей шлифовке.

Увеличивает экспорт и лесозавод «Судом» (производит пиломатериалы для строительной и мебельной отраслей, в том числе термообработанные, строганные и брашированные; объем производства — 150 тыс. кв. м в год, инвестор завода — холдинг GS Group), 90% продукции которого уходит за рубеж. Завод выпускает в числе прочего довольно редкую для российского рынка продукцию — термомодифицированную древесину, которая широко применяется в Европе с конца XX века, но у нас остается относительно новым материалом. Крупнейший поставщик такой древесины на мировой рынок — Финляндия. Особенность в том, что доска в этом случае обрабатывается без химического воздействия, под паром при высокой температуре. Как рассказал гендиректор лесозавода «Судом» **Дмитрий Зверьков**, на европейском рынке такая древесина в моде, ее применение увеличивается на 10% в год, хотя пока она занимает лишь 0,4% рынка пиломатериалов. Российский же рынок еще более ограничен. Кроме «Судомы» в России не более 15 производителей таких материалов, выпускающих в общей сложности 10–15 тыс. кв. м в год. Однако большая часть термомодифицированных пиломатериалов по-прежнему импортируется из Финляндии и стран Балтии. «Судом», по словам Зверькова, видит потенциал импортозамещения в России, однако сейчас выгоднее экспорт. «При сопоставимом с теми же финскими и прибалтийскими производителями уровне качества мы можем предложить привлекательные цены, — говорит Дмитрий Зверьков. — Наши заказчики — преимущественно европейские компании. Большой интерес есть и со стороны азиатского рынка».

Впрочем, беглый взгляд на рынок деревообрабатывающей продукции, стекла и керамической плитки показывает, что активно экспортируют материалы в основном локализованные в России иностранные бренды.

Строить по-новому

Появляются в стройиндустрии и относительно новые материалы. Продолжает развиваться, например, рынок изоляционных материалов, где постепенно отвоевывают долю сэндвич-панели и теплоизоляционные плиты из полиуретана — ППУ (разновидности такого материала — PUR и наиболее распространенный огнестойкий материал PIR). Преимущества пенополиуретана — самая низкая теплопроводность по сравнению с другими материалами, рассказывают в компании «Профхолод» (один

из крупнейших производителей на этом рынке): 100 мм пенополиуретана держит тепло или холод так же, как 260 мм минеральной ваты или 1,68 м кирпича. Из таких панелей строятся промышленные здания, автомойки, фермы, коровники, свинарники. Но основное применение панелей с ППУ — холодильные камеры в ресторанах.

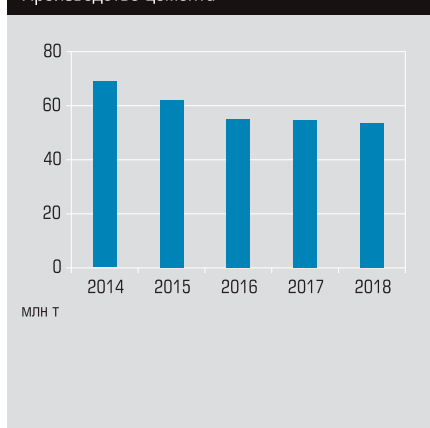
Однако на этом рынке объемом 9 млн кв. м в год присутствует импорт, точную долю которого назвать трудно, потому что, как объясняет **Алексей Горохов**, руководитель Национальной ассоциации производителей панелей из ППУ, по таможенной статистике все пористые материалы идут под одним кодом. Впрочем, важнее то, что российский продукт конкурентоспособен в мире: по оценкам ассоциации, до 5% производимых панелей с ППУ продается за рубеж, и эта доля может вырасти до 15%. Ассоциация участвует в ведомственном проекте Минпромторга, который направлен на снижение импорта до нуля и увеличение экспорта более чем в 15 раз в натуральном выражении.

Есть позитивные тенденции и в обеспечении производства ППУ российской сырьевой базой. «Пенополиуретан — высокотехнологичный продукт, в котором до 12 компонентов, — рассказывает г-н Горохов. — И большинство из них мы за последние годы научились производить в России». Компания «Профхолод» планирует организовать свое производство сложных полиэфиров, а до этого уже установила оборудование для самостоятельной формуляции полиуретановых систем. По данным Алексея Горохова, еще несколько компаний готовятся перейти к самоформуляции.

Новые тенденции в строительстве приходят в Россию прежде всего из Европы — это, к примеру, технологии энергоэффективного строительства. В этом русле на рынке появились предложения сэндвич-панелей с солнечными батареями. «В Европе уже сложился рынок таких панелей, — рассказывает **Илья Лыков**, основатель компании Neosun Energy, которая изготавливает и продает их, работая в основном на рынках Ближнего Востока и Африки.

Другая тенденция, тоже идущая в Россию из Европы, — модульное строительство. По словам **Армена Миракяна**, гендиректора ГК «Прозрачный мир», из модулей в Европе строится уже 30% всех зданий. «Блоки» для строительства зданий выходят с заводов готовыми уже на 95%: в них вмонтированы инженерные коммуникации, сантехника, тепловое оборудование, присутствует даже отделка. Модули изготавливаются одновременно с проведением строительно-

Производство цемента График 4



Источник: «СМ ПРО»

Загрузка мощностей по производству строительных материалов, 2018 г. График 5



Источник: «СМ ПРО»

монтажных работ на площадке, в результате экономия времени по сравнению с типовыми проектами может достигать 50%. Капитальное модульное здание можно возвести за срок от четырех месяцев. По данным Армена Миракяна, в России по модульной технологии в последние годы построили 14 крупных социальных объектов, в среднем по 18 тыс. кв. м каждый, — но из модулей, которые привезли из Германии и Турции. «Прозрачный мир» тоже начал делать модули у себя на производственных базах в Твери и Симферополе. Понятно, что у модульного строительства есть ограничения — например, высотность зданий не более 12 этажей, но свою нишу оно может найти. Хотя пока скорее в инфраструктурном строительстве, потому что россияне не очень готовы покупать модульное жилье и не доверяют «высокой скорости» монтажа.